

Martti Kähkönen

**LIIKETOIMINTASUUNNITELMA MARTIN AUTOPESULA
OY:LLE**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Elokuu 2024**



Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Elokuu 2024	Tekijä/tekijät Martti Kähkönen
Koulutus Tradenomi		<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi LIIKETOIMINTASUUNNITELMA MARTIN AUTOPEsula OY:LLE		
Työn ohjaaja Marko Hoikkaniemi		Sivumäärä 28 + 3
Työelämäohjaaja		
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli laatia liiketoimintasuunnitelma kuvitteelliselle autopesulalle ja selvittää auton käsinpesun kysynnän tilaa Lahdessa. Autonpesuun liittyen laadittiin internetkysely ja saatujen vastausten pohjalta arvioitiin menestysmahdollisuuksia. Tulevaisuudessa perustettavan yrityksen olisi aluksi tarkoitus työllistää vain yrittäjä.</p> <p>Työn alussa käsiteltiin liiketoimintasuunnitelmaa ja sen laatimiseen liittyvää teoriaa. Painopisteenä on liiketoimintasuunnitelman tarkoitus vakuuttaa yrittäjä itsensä ja mahdolliset rahoittajat liiketoiminnan kannattavuudesta.</p> <p>Seuraavassa kappaleessa tutustuin autopesuloihin Lahdessa ja tein kilpailija-analyysin kolmesta varteen otettavimmasta kilpailijasta. Opinnäytetyön lopusta löytyy laadittu liiketoimintasuunnitelma investointi- ja kannattavuuslaskelman kanssa.</p>		
Asiasanat Autopesula, kysely, liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date August 2024	Author Martti Kähkönen
Degree programme BBA		
Name of thesis BUSINESS PLAN FOR MARTTI'S CAR WASH LTD.		
Centria supervisor Marko Hoikkaniemi	Pages 28 + 3	
Instructor representing commissioning institution or company		
<p>The topic of this thesis was to prepare a business plan for a fictional car wash and to find out the state of demand for hand car washing in Lahti. Regarding car washing, an internet survey was prepared, and the chances of success were evaluated based on the answers received. The company to be established in the future should initially employ only the entrepreneur.</p> <p>At the beginning of the work, I dealt with the business plan and the theory related to its preparation. The focus of the business plan is to convince the entrepreneur himself and potential financiers of the profitability of the business.</p> <p>In the next paragraph, I got to know the car washes in Lahti and made a competitor analysis of the three most worthy competitors. At the end of the thesis, you will find a prepared business plan with an investment and profitability calculation.</p>		
Key words Business plan, car wash, survey, entrepreneurship		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Automaattipesu

Automaattipesussa autonpesuun valmistettu pesukone pesee auton ilman ihmisen apua (Manmachine works).

Harjapesu

Harjapesussa autonpesuun valmistettu pesukone pesee auton harjoilla ilman ihmisen apua (Man-machine works).

Kinnastelu

Auton käsinpesu pesukintaalla (Autodude 2024).

Konepesu

Konepesussa autonpesuun valmistettu pesukone pesee auton ilman ihmisen apua (Manmachine works).

Myllytys

Auton maalipinnan koneellinen kiillotus kiillotuskoneella (Autodude 2024).

Pyörrejälki

Pyörrejäljet ovat autonmaalipinnassa näkyviä naarmuja (Car Shield 2022).

QR-koodi

Quick response code (QR-koodi). QR-koodi ohjaa tietyille verkkosivulle, kun käyttäjä skannaa koodin, verkko-osoitteen kirjoittamisen sijaan (Oma Media 2024).

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN TEORIAA	3
2.1 Mistä liiketoimintasuunnitelmassa on kyse?	3
2.2 Liiketoimintasuunnitelman perusrakenne.....	3
2.2.1 Yrityksen perustiedot	4
2.2.2 Liikeidean kuvaus	5
2.2.3 Osaaminen	6
2.2.4 SWOT-analyysi	6
2.2.5 Tuotteet ja palvelut sekä niiden hinnoittelu	7
2.2.6 Asiakkaat	7
2.2.7 Markkinat ja kilpailijat	8
2.2.8 Myynti ja markkinointi	9
2.2.9 Liiketoiminnan tavoitteet	9
2.2.10 Riskien hallinta.....	9
2.2.11 Oma yrityksesi.....	10
2.2.12 Taloushallinto ja sopimukset	10
2.2.13 Laskelmat.....	11
3 TOIMIALAN TILANNE LAHDESSA	12
3.1 Kilpailijat	12
3.2 Tutkimuksen toteutus	15
3.3 Kyselyn tulokset	16
4 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN	20
4.1 Opinnäytetyötä varten laadittu liiketoimintasuunnitelma.....	20
4.2 Liikeidea liiketoimintasuunnitelman takana	20
5 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA MARTIN AUTOPESULA OY	21
5.1 Yrityksen perustiedot.....	21
5.2 Liikeidean kuvaus	21
5.3 Osaaminen	21
5.4 SWOT-analyysi	21
5.5 Palvelut.....	22
5.6 Asiakkaat	23
5.7 Markkinat ja kilpailijat	23
5.8 Myynti ja markkinointi	23
5.9 Liiketoiminnan tavoitteet	24
5.10 Riskien hallinta.....	24
5.11 Oma yritys	24
5.12 Taloushallinto ja sopimukset	24
6 LASKELMAT	25
6.1 Investointilaskelma	25

6.2 Kannattavuuslaskelma	26
7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	27
LÄHTEET	29
LIITTEET	
KUVIOT	
KUVIO 1. Pesetkö auton itse vai pesetäänkö sen autopesulassa?.....	16
KUVIO 2. Pestäänkö auto käsin vai konepesussa?.....	17
KUVIO 3. Mikä on mielestäsi sopiva hinta auton käsinpesulle?	18
KUVIO 4. Asioinnin helppous.....	18
KUVIO 5. Pitääkö autopesulan olla lähellä kotia?	19
KUVIO 6. Voisitko kuvitella keskittäväsi pesut samaan paikkaan?	19
TAULUKOT	
TAULUKKO 1. Kilpailijoiden pesuhinnasto	14

1 JOHDANTO

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön kohteena on liiketoimintasuunnitelman laatiminen mahdollisesti tulevaisuudessa Lahteen perustettavalle, hellävaraiseen ja naarmuttomaan autonkäsinspesuun keskittyvälle autopesulalle. Liiketoiminnan on aluksi tarkoitus työllistää yksi henkilö ja laskelmat tehdään sen pohjalta. Liiketoimintasuunnitelman tekemisen lisäksi selvitetään internetkyselyn avulla, löytyykö alueelta kysyntää auton käsinspesua kohtaan sekä etsitään uusia palveluja ja keinoja erottautua kilpailijoista. Onko esimerkiksi ammattiautoilijoille jotain uutta tarjottavaa, ja kuinka saataisiin ihmiset pesettämään autonsa säännöllisesti samassa autopesulassa? Opinnäytetyön aihe on ollut selvä heti opintojeni alusta saakka. Yrittäjäyys on kiinnostanut minua jo pidemmän aikaa ja autonpesua olen tehnyt intohimoisesti pikkupojasta lähtien. Toimin itse opinnäytetyön toimeksiantajana.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, voiko itsensä elättää yksinyrittäjänä haluamallaan tavalla autoja käsin pesemällä. Tarkoituksena on myös löytää ja keksiä uusia palveluita kilpailijoista erottautumiseen. Tavoitteena on laatia liiketoimintasuunnitelma taloudellisesti kannattavalle autopesulalle Lahdessa. Tarkoituksen ja tavoitteen pohjalta asetetaan seuraavat tutkimuskysymykset:

1. Onko auton käsinspesulle tarpeeksi kysyntää Lahdessa?
2. Onko auton käsinspesulla mahdollista elättää itsensä yksinyrittäjänä?
3. Kuinka erottua kilpailijoista?

Tutkimuskysymyksiin vastauksia haettiin seuraavilla menetelmillä. Laadittiin internetkysely aiheeseen liittyen Webropolilla. Kysely suunnattiin sattumanvaraisesti valitulle asuinalueelle Lahdessa. Lento-lehtinen, josta löytyi kyselyn verkko-osoite, qr-koodi kyselyyn ja saatesanat opinnäytetyötä taustoittamaan, jaettiin alueen asukkaiden postilaatikoihin. Kilpailija-analyysi tehtiin tutustumalla kolmeen auton käsinspesua tarjoavaan yritykseen Lahden seudulla ja asioimalla niissä. Lisäksi kartoitettiin myös suurimpien huoltoasemaketjujen automaattipesujen tarjonta. Parin satunnaisen taksimatkan aikana keskusteltiin kuljettajan kanssa auton puhtaanapidon merkityksestä.

SWOT-analyysi laadittiin ensisijaisesti liiketoimintasuunnitelmaa varten, mutta sen avulla voitiin arvioida myös yhden henkilön resurssien riittävyttä autojen päivittäiseen käsinspesuun.

Opinnäytetyö alkaa teoriaosuudella, joka käsittelee monipuolisesti liiketoimintasuunnitelmaa ja sen osia. Teoriaosuuden lähteenä on käytetty alan kirjallisuutta. Teorian jälkeen pureudutaan autopesun tilaan toimialana Lahdessa. Kilpailija-analyysin myötä käydään tarkemmin läpi tärkeimmät kilpailijat

suunniteltua liiketoimintaa ajatellen. Kaavailtua liiketoimintaa varten ja sen kysynnän selvittämiseksi laadittiin potentiaalisille asiakkaille kysely, jonka tulokset esitetään lopussa. Pohdinnassa selvitetään auton käsinpesun kysyntä alueella ja tehdään rehelliset johtopäätökset siitä, että onko yhden ihmisen mahdollista työllistää ja elättää itsensä autoja käsin pesemällä.

2 LIKETOIMINTASUUNNITELMAN TEORIAA

Toinen luku alkaa liiketoimintasuunnitelmaan tutustumisella ja sen kuvaamisella. Luvussa listataan lopuksi liiketoimintasuunnitelman tärkeimmät kohdat.

2.1 Mistä liiketoimintasuunnitelmassa on kyse?

Liiketoimintasuunnitelmassa on kyse perustettavan tai jo perustetun ja käynnissä olevan yritystoiminnan suunnitelmasta. Jotta yritys voi menestyä, on siihen vaikuttavat seikat käytävä läpi liiketoimintasuunnitelmassa sen varmistamiseksi. Yrittäjän tai yrityksen katsotaan menestyneen, kun unelma saavutetaan ja se toteutuu. Jos yritystoiminta sujuu liiketoimintasuunnitelman mukaan, on tavoitteeksi asetetun unelman saavuttaminen mahdollista. Yritystoiminnan unelmasta puhuttaessa on kyse visiosta. (Hesso 2015, 12.) Huolella tehdystä liiketoimintasuunnitelmasta käy ilmi tekijänsä ajatus siitä, miten kilpailijat voitetaan tulevaisuudessa sekä kyetään luomaan asiakkaalle lisäarvoa vaikeasti kopioitavalla tavalla. Liiketoimintasuunnitelma on ajatuksella laadittu dokumentti, josta löytyy karkealla jaottelulla asetettu tavoite, analyysiosio ja suunnitelmaosio. Laadukas liiketoimintasuunnitelma on mahdollista omaksua nopeasti läpi silmäilemällä. (Hesso 2015, 10.)

Hyvästä liiketoimintasuunnitelmasta löytyy vastaus yrityksen keinoihin tehdä rahaa eli, millä tavoin siinä onnistutaan. Siinä ei käsitellä pelkästään yrityksen strategiaa kirjallisesti vaan osoitetaan laskelmien ja taulukoiden avulla liiketoiminnan rakenne yrityksen tulevaisuudessa. Liiketoimintasuunnitelman sivumäärä voi useasti olla kaksinumeroinen ja siitä syystä se olisi hyvä tiivistää myös A4-mittaiseksi, ensisilmäyksellä omaksuttavaksi dokumentiksi. Näin käy nopeasti ilmi yrittäjän tai esimerkiksi budjettivastuullisen tuotepäällikön aikomukset liiketoiminnan osalta. Tiiviin esitysversion tueksi pidemmästä kirjallisesta tuotoksesta löytyvät näkemykset aukikirjoitettuina ja laskelmat esitysversion aihepiirien taustaksi. (Hesso 2015, 13.)

2.2 Liiketoimintasuunnitelman perusrakenne

Perustettavalla yrityksellä ei ole aiempia tilinpäätöstietoja tukemaan sen kannattavuutta tai tulevaisuuden näkymiä. Siksi ulkopuolisen silmin tarkasteltaessa on liiketoimintasuunnitelma tarpeen laatia hyvin ja laskelmat sisältäen. Näin aloittava yrittäjä voi osoittaa yrityksensä menestymisen mahdollisuudet

todeksi. Kun liiketoimintasuunnitelmasta löytyvät yritystoiminnan kannalta oleelliset tiedot, oman osaamisen esittely ja katsaus tulevaan suunnitelmiseen, on se riittävä. Sinänsä tekstin määrällä tai vastauksien pituudella ei ole merkitystä. (Uusyrittäjäkeskus 2024.)

Mahdollista starttirahaa haettaessa on liiketoimintasuunnitelman laatiminen tarpeen. Sen avulla oman suunnitellun toiminnan esittäminen yritysneuvojille on selkeää. Liiketoimintasuunnitelma on syytä olla olemassa myös mahdollisia rahoittajia varten laina- tai tukipäätöstä koskien. Rahoittajia ovat pankki, Finnvera ja ELY-keskus. Liiketoimintasuunnitelma voi rakentua seuraavalla tavalla kuudesta eri kokonaisuudesta:

- Suunnitellun yritystoiminnan perustiedot, kuten yrityksen nimi ja yritysmuoto
- Yrityshankkeen kuvaus
- Kirjanpidon järjestäminen ja talouden suunnittelu
- Laskelmat (rahoitus-, kannattavuus- ja myyntilaskelma, tulosbudjetti)
- Yrityshankkeen SWOT-analyysi: vahvuudet ja heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkatekijät
- Tiivistelmä ja johtopäätökset: onnistumisen ja epäonnistumisen tekijät. (Holopainen 2024, 13.)

Oman liiketoiminnan luonne vaikuttaa yrityksen liiketoimintasuunnitelman sisältöön ja sen esittämistapaan ja ne päätetään yrityskohtaisesti. On hyvä pitää mielessä, että liiketoimintasuunnitelma laaditaan ensisijaisesti yrittäjää itseään varten ja johtamisen välineeksi. Rahoittajia varten se on laadittu alun perin, mutta rahoitus ei ole ainut syy kirjalliselle tuotokselle. Suunnitelmasta on löydettävä yrityksen kuvaus, tuote tai palvelu, strategiat, katsaus markkinoihin ja kilpailijoihin, henkilöstön ja johdon kuvaus sekä suunnitelma taloudesta ja rahoituksesta. (Koski & Virtanen 2005, 22.) Seuraavissa kappaleissa käydään tarkemmin läpi liiketoimintasuunnitelman osat. Alla olevien osioiden mukaan laaditaan tämän opinnäytteen liiketoimintasuunnitelma.

2.2.1 Yrityksen perustiedot

Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa listataan yrityksen perustiedot eli yrittäjän nimi ja muiden mahdollisten työntekijöiden nimet. Yritykselle kaavailtu nimi mainitaan perustiedoissa ja osoite, missä yritys sijaitsee. Päätoimiala kuuluu myös perustietojen joukkoon ja sen lisäksi mainitaan perustettavan

yrittäjän yhtiömuoto tai toimintatapa. (Uusyrittäjäkeskus 2024.) Yrittäjämuodoista yleisimpiä ovat yksityinen toiminimi, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osuuskunta ja osakeyhtiö. Yrittäjämuodolla on vaikutusta omistajien vastuuseen yrityksen sitoumuksista. (Tomperi 2023, 169.)

2.2.2 Liikeidean kuvaus

Liikeidea kertoo käytännössä, millä tavalla yrittäjämuotoa mukaista liiketoimintaa yritys aikoo harjoittaa. Hyvä liikeidea on omaperäinen ja helposti toteutettavissa. Yhdessä näistä tulisi syntyä kannattavaa liiketoimintaa. Liikeidean kehittyessä liiketoiminnaksi, on syytä laatia kirjallisia suunnitelmia ja tarvittaessa suoritettava testejä käytännössä. Liikeideaa on toisinaan tarpeen parannella. Kun yrittäjämuoto jalostuu ja tarkentuu todella selväksi, syntyy liikeidea. Hyvän liikeidean tunnistaa siitä, että siihen uskoo itse ja sitä kohtaan löytyy intohimoa. Yksinkertainen on kaunista eli liikeidea saa olla selkeä ja helposti ymmärrettävissä ulkopuolisten toimesta. (Suomi.fi-verkkotoimitus 2024.)

Liiketoimintasuunnitelmassa kuvaillaan liikeidea tiiviisti muutaman lauseen mittaiseksi. Ulkopuoliselle kuulijalle on helpompi kertoa, millaisesta yrityksestä on kyse, kun se on mietitty etukäteen. (Uusyrittäjäkeskus 2024.) Yrittäjä osaa vastata seuraaviin kysymyksiin:

Mitä?

Vastaa kysymykseen, millaisia palveluita tarjotaan tai tuotteita valmistetaan yrityksen toimesta. Tämä on syytä kuvata niin selkeästi kuin mahdollista, jotta potentiaalinen asiakas sekä rahoittaja ymmärtävät tuotteen tai palvelun lisäarvopotentiaalin asiakkaalle ja yritykselle. (Hesso 2015, 24–25.) Mitä yritys tuottaa ja mitä asiakas hyötyy siitä (Koski & Virtanen 2005, 12)?

Miten?

Liiketoimintasuunnitelman laatimiseen kuuluu alustavan strategian määrittäminen yritykselle eli tehdä pelisuunnitelma. Millä logiikalla saadaan asiakas tietoiseksi yrityksen tuotteista tai palveluista. Miten niitä pääsee ostamaan? (Hesso 2015, 24–25.) Miten yritys toimii ja millaista imagoa yritys tavoittelee (Koski & Virtanen 2005, 12)?

Kenelle?

Yritys erottuu massasta, kun sen asiakkaat on määritelty (Hesso 2015, 24–25). Kenelle yritys tuotteitaan tai palvelujaan tarjoaa ja ketkä muodostavat yrityksen tärkeimmän asiakaskunnan (Koski & Virtanen 2005, 12)?

2.2.3 Osaaminen

Useimmissa tapauksissa yrityksen perustana toimii yrittäjän oma osaaminen. Yrittäjän menestyessä on taustalla usein seuraavia henkilökohtaisia ominaisuuksia, kuten peräänantamattomuus, itsenäisyys ja tuloshakuisuus. Liiketoimintasuunnitelmassa henkilöstön osaamista on syytä kuvata, jos yrityksen perustaa useampi henkilö. Omasta kokemuksesta yrittäjänä tai mahdollisesti suoritetusta yrittäjäkoulutuksesta on aiheellista mainita. Omien digivalmiuksien arviointi puoltaa myös paikkaansa. Työkokeemus, koulutus tai osaaminen voivat tukea yrittäjyyttä valitulla toimialalla. Ne on hyvä osata sanoittaa, sekä mitä osaamista on tarpeen kehittää. (Uusyrittäjäkeskus 2024.)

2.2.4 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on 1960-luvulla tapahtuneen kehitystyön tulos Yhdysvalloista. Milloin malli on tarkalleen ottaen kehitetty tai kuka sen alkuperäinen kehittäjä on, ei olla päästy yhteisymmärrykseen. Tämä yksittäinen strategiatyökalu on heti alun suosioista saakka pitänyt pintansa vielä tänäkin päivänä useiden kotimaisten ja ulkomaisten tutkimusten perusteella liikejohdon suosituimpana strategiatyökaluna. Yrityksen tilanteesta hankitaan työkalun avulla selkeä kokonaiskuva strategisia valintoja tukemaan. SWOT-analyysi pääsee oikeuksiinsa, kun organisaatio ja sen toimintaympäristö tunnetaan tarkasti. (Vuorinen 2013, luku 1.)

SWOT-analyysi on paljon käytetty ja yksinkertainen työkalu analysointiin. SWOT muodostuu neljästä englanninkielisestä sanasta: strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Kaksi ensimmäistä kohtaa keskittyvät yrittäjän, yrityksen ja liikeidean ympärille. Jälkimmäiset kaksi yrityksen ulkopuolisten vaikutusten arviointiin.

- **Vahvuudet:** mikä tekee liikeideasta vahvan? Oman osaamisen ja vahvuuksien esiintuonti.
- **Heikkoudet:** löytyykö liikeideasta parannuskohtia tai jokin heikkous? Omien puuttuvien taitojen löytäminen.
- **Mahdollisuudet:** Markkinatilanteen hyödyntäminen ja siinä onnistuminen. Apua omista verkostoista?

- Uhat: Yrityksen toimintaympäristön ja markkinoiden uhkien läpikäynti. (Uusyrittyskeskus 2024.)

2.2.5 Tuotteet ja palvelut sekä niiden hinnoittelu

Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan asiakkaille tarjottavat yrityksen tuotteet ja palvelut. Millainen on tuotteiden tai palvelujen hinnoittelu ja mihin hinnoittelu perustuu? Onko käytössä tunti hinnoittelu tai urakkahinnoittelu, tuotteen kohdalla mahdollisesti yksikköhinta? Päivä-, viikko-, kuukausi- tai vuosikohtaisen myynnin arviointi kuuluu liiketoimintasuunnitelman laskelmiin. Yrityksen myynnin määrää voidaan arvioida euroissa tai palveluiden tuntimäärinä. Myös kappalemyyntimäärän arviointi sekä asiakkaiden lukumäärä auttavat laskelmien teossa. (Uusyrittyskeskus 2024.) Hinnoitteluvirheet ovat yleisiä yksinyrittäjien keskuudessa. Oma tarjooma osataan tai uskalletaan liian harvoin hinnoitella kattamaan yritystoiminnasta syntyvät kulut yrittäjäpalkkio mukaan lukien. Laskutus on siis puutteellista. Hinnoittelussa tulisi ottaa huomioon kaikki liiketoimintaan liittyvät kulut. (Härkönen & Sekki 2020, 123-124.)

Erilaisia hinnoittelumenetelmiä on useita ja niistä löytyy tietoa kirjallisuudesta. Markkinapohjainen hinnoittelu, kokonaiskustannushinnoittelu, katepohjainen hinnoittelu, kermankuorintahinnoittelu, markkinoille tunkeutumisen hinnoittelu ja pakettihinnoittelu ovat esimerkkejä näistä. Yksinyrittäjällä on varmasti aluksi pää pyörällä näihin hinnoittelumalleihin tutustuessaan. Hätä ei kuitenkaan ole tämmänäköinen. Riittää, kun ymmärtää hinnoittelulogiikan omalle osaamiselle ja sisäistää tuotteen myyntikatetarvelaskennan. (Härkönen & Sekki 2020, 124.)

2.2.6 Asiakkaat

Liiketoimintasuunnitelmassa oleellista on asiakaskunnan määrittäminen eli kenelle myyt ja ketkä ostavat. Toisin sanoen keistä merkittävin asiakasryhmä koostuu ja onko myynti kuluttajavetoista vai tehdäänkö sitä toisille yrityksille. Tyypillisen asiakkaan kuvaaminen yleisellä tasolla on tärkeää. (Uusyrittyskeskus 2024.) Näiden tietojen pohjalta osataan valita oikeat asiakashankintakanavat ja yrityksen tarjoamista tuotteista tai palveluista kerrotaan oikein (Yrityksen-perustaminen 2024). Asiakkuuksien hallinnalla kuvataan kokonaisuutta, jota seuraamalla yritys luo, ylläpitää ja kehittää jatkuvasti asiakassuh-

teitaan yhdessä asiakkaidensa kanssa. Pohjimmiltaan tavoitellaan niin yrityksen kuin asiakkaiden tyytyväisyyttä, arvon tuottamista asiakkaille ja kannattavia asiakkuuksia. (Bergström & Leppänen 2021, 910.)

2.2.7 Markkinat ja kilpailijat

Liiketoimintasuunnitelmasta käy ilmi, keskittyykö yritys kotimaan markkinoille vai onko tavoitteena kansainvälistyminen ja liiketoiminnan kasvattaminen maan rajojen ulkopuolella. Mikä on yrityksen kohdemarkkinoiden sijainti maantieteellisesti? Keskittyykö yrityksen liiketoiminta esimerkiksi vain Lahteen? Potentiaalisten asiakkaiden määrä markkinoilla on syytä selvittää ja myös se, millainen on toimialan tilanne. Mihin suuntaan markkinat ovat menossa, onko kehitysnäkymät positiiviset vai tulee varautua kysynnän vähenemiseen? Miksi juuri sinun yrityksesi saa asiakkaita markkinoilta ja miten? Liiketoimintasuunnitelmaa varten tulee kartoittaa alueen kilpailijatilanne. Mainitse kolmesta viiteen kilpailijaa ja tutustu niiden toimintaan. Näin vahvistat yrityksesi kilpailuedut ja miten erottaudut alalla kilpailijoista. Tuotko alalle jotain uutta, mikä saa asiakkaat valitsemaan sinun yrityksesi? (Uusyrityskeskus 2024.)

Markkinaselvityksen myötä syntyy yleiskuva markkinoista, joille yritys on suuntaamassa. Markkinoiden nykytilanne ja tulevaisuuden näkymät ovat asioita, joihin selvityksen myötä saa vastauksia. Markkinaselvityksen avulla myös väärin valintojen riski pienenee. Selvitystä tehtäessä tai sen asiantuntijalla teettäessä on syytä tutustua asiakkaiden tarpeisiin ja toimialan kilpailutilanteeseen. Selvityksen myötä yrityksen menettelytapoja alkavassa yritystoiminnassa on helpompi punnita hyvän aseman saavuttamiseksi markkinoilla. Selvitys tuo yleensä esiin myös sen, jos yrityssuunnitelma ei ole paras mahdollinen. Muutosten teko kannattavan yritystoiminnan aloittamiseksi on pääteltävissä selvityksen pohjalta. Oikein kohdistetun markkinoinnin ja siihen parhaiden keinojen löytämiseksi, voi markkinaselvityksen tehdä uudelle markkina-alueelle laajentamista pohdittaessa. (Suomi.fi-verkkotoimitus 2019.)

Kilpailija-analyysistä on apua kilpailijoiden toiminnan arvioinnissa ja ennakoinnissa. Yrityksen pahimmat kilpailijat tulee määrittellä kilpailija-analyysia tehtäessä. Kilpailijoiden toimintatapoja, hinnoittelua ja markkinointia on hyvä tutkia ja sen myötä peilata omaan yritykseen sopiva markkinarako löytääkseen. (Suomi.fi-verkkotoimitus 2019.)

2.2.8 Myynti ja markkinointi

Liiketoimintasuunnitelmaa varten on syytä tutustua asiakkaiden tarpeisiin ja tehdä selvitystyötä asiakkaidesi tarpeiden kartoittamiseksi. Palveluja ja tuotteita on tarpeen markkinoida, onko sitä suunniteltu? (Uusyrittyskeskus 2024). Yrityksen liikeidean ja strategian mukaiset tavoitteet toimivat perustana markkinoinnin suunnittelussa. Yrityksen tavoitteet ohjaavat markkinointitoimenpiteiden suunnittelua. Strategisesta näkökulmasta lähestyttäessä markkinoinnin suunnittelua ajatellaan asioita pidemmällä tähtäimellä. Taktinen ja operatiivinen suunnittelu tehdään vuosittain. Markkinointitoimenpiteet kirjallisine markkinointisuunnitelmineen laaditaan useimmiten vuodeksi kerrallaan. Suunnitelma pitää sisällään analyysit, tavoitteet, kohderyhmät, toimenpiteet ja seurannan mittarit. (Bergström & Leppänen 2021, 56–57.)

Missä markkinointikanavissa näyt eli mitä kanavia käytät? Millä tavoin ja missä tuotteiden tai palvelujen myynti tapahtuu? Keinot asiakkaiden tavoittamiseksi ja kuinka asiakkaat päätyvät luoksesi, mistä myytäväsi löytyy? Asiakkaiden ostokäyttäytymisen selvittäminen tutkimuksen avulla on hyödyllistä. (Uusyrittyskeskus 2024.) Tarpeet ja motiivit niiden taustalla herättävät kuluttaja-asiakkaan ostohalut. Kun yritys on hyvin perillä kohderyhmänsä ostokäyttäytymisestä, kykenee yritys laatimaan ostopäätökseen johtavaa markkinointiviestintää kohderyhmän tarpeiden perusteella. Näin kuluttaja hankkii tyytyväisenä kyseisen yrityksen palveluita ja asiakas kokee saavansa lisäarvoa yrityksen tuotteista ja palveluista. (Hesso 2015, 95.)

2.2.9 Liiketoiminnan tavoitteet

Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa olisi hyvä arvioida liiketoimintaa esimerkiksi seuraavan 3–5 vuoden aikana. Mitä käytännön tavoitteita liiketoiminnalle asetetaan tuolle ajanjaksolle? Niitä voivat olla mm. liikevaihto, kannattavuus, henkilöstön koko, yrityksen asema markkinoilla sekä asiakasmäärät. (Uusyrittyskeskus 2024.)

2.2.10 Riskien hallinta

Liiketoimintaan voi liittyä riskejä - millaisia ja miten niihin on varauduttu? Millä todennäköisyydellä ne toteutuvat ja miten ne voivat vaikuttaa yrityksen liiketoimintaan? Erilaisiin riskeihin tulee varautua, niiden edellyttämällä tavalla. Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa on hyvä pystyä sanoittamaan,

kuinka yrityksessä on varauduttu tunnistettuihin riskeihin. (Uusyrittyskeskus 2024.) Oma tai muiden toiminta voi olla syynä liikeriskille. Alihankkija ei saa valmistettua vaadittavia tavaroita esimerkiksi tulipalosta johtuen ja oman yrityksen toimitukset pysähtyvät. (Pro Riskienhallinta 2024.)

2.2.11 Oma yrityksesi

Liiketoimintasuunnitelmasta selviää yrityksen ja sen toimitilojen fyysinen sijainti sekä oma rooli yrityksessä ja mahdolliset muut työntekijät. Jos alussa tehdään hankintoja tai investointeja, mainitaan ne liiketoimintasuunnitelmassa. Rahoitussuunnitelma helpottaa aloitukseen tarvittavan rahamäärän laskeamisessa. Tarvitaanko yritykselle lupia tai tuleeko viranomaisille tehdä ilmoituksia? Suomessa elinkeinovapaus mahdollistaa elinkeinon harjoittamisen ilman lupaa, mutta poikkeuksiakin on. Esimerkiksi ravintola-alalla tarvitaan muun muassa luvat alkoholin anniskeluun ja ilmoitukset terveystarkastajalle. Miten huolehditaan esimerkiksi yrityksen nimen rekisteröinnistä, tavaramerkistä, patentti tai mallisuojusta? Aineettomiin oikeuksiin liittyvissä kysymyksissä Patentti- ja rekisterihallitus osaa neuvoa. Yrityksen nimi tulee rekisteröidä kaupparekisteriin, jotta yrityksellä on yksinoikeus nimeen. Yrityksen nimen panostaminen kannattaa, koska silloin se jää paremmin mieleen ja on tukena liiketoiminnalle. (PRH 2024). Yrittäjän on pakollista ottaa YEL-vakuutus, eikä sen korvaaminen vapaaehtoisilla vakuutuksilla ole mahdollista (Elo 2024). YEL-, sosiaali- ja työttömyysturvaan on tarpeen tutustua tarkemmin. Yritystoiminnan aloittamiseen on mahdollista saada starttirahaa TE-toimistosta tietyin edellytyksin. (Uusyrittyskeskus 2024.)

2.2.12 Taloushallinto ja sopimukset

Liiketoimintasuunnitelmasta löytyy tieto siitä, miten yrityksen kirjanpito ja laskutus on päätetty järjestää. Yrittäjä voi itse hoitaa kirjanpidon tai käyttää tilitoimistoa. Liiketoiminnan aloittaminen vaatii yleensä rahallista panostusta toiminnan käynnistämiseen. Liiketoimintasuunnitelmasta käy ilmi rahoituksen tarve ja lähde eli pärjätäänkö omilla varoilla alkuun vai tarvitaanko ulkopuolista rahoitusta. Yritys saattaa alussa tehdä erilaisia sopimuksia, kuten vuokrasopimuksen esimerkiksi liiketiloista, yhteistyösopimuksen tai alihankintasopimuksen. Näistä sopimuksista löytyy tieto tästä kohtaa liiketoimintasuunnitelmaa. (Uusyrittyskeskus 2024.)

2.2.13 Laskelmat

Liiketoimintasuunnitelma sisältää tekstiosion lisäksi rahoituslaskelman, kannattavuuslaskelman, myyntilaskelman ja kassavirtalaskelman (Uusyrittäjäkeskus 2024). Aloittavan yrityksen alkupääoman tarvetta arvioidaan rahoituslaskelmalla ja toiminnan kannattavuutta kannattavuuslaskelmalla. Edellä mainitut laskelmat ovat yleensä vaatimuksena ulkopuolista rahoitusta haettaessa. (Suomi.fi-verkkotoimitus 2022.)

3 TOIMIALAN TILANNE LAHDESSA

Lahdessa on mahdollista pesettää auto monessa eri paikassa usealla tavalla. Suurimmat ja tunnetuimmat huoltoasemaketjut (Shell, Neste ja ABC) tarjoavat automaattipesuja ja tämän lisäksi Neste K Lahti Kivistönmäestä löytyy myös auton itsepalvelupesupaikat. Tutustuin edellä mainittuihin toimijoihin käymällä paikan päällä, mutta ei niistä sen enempää, koska he eivät tarjoa auton käsinpesua. Shellin harjapesussa käytin satunnaisesti edellistä autoani. Nykyisen autoni pesen käsin Kivistönmäen Nesteellä. PesuParkki ja PesuParoni keskittyvät myös koneellisiin pesuihin ja mainostamisen perusteella toiminnassa suuressa osassa ovat kuukausihintaiset pesusopimukset. X-summalla auton voi pesettää rajattomasti sopimuskauden aikana ja imurin käyttö kuuluu hintaan. (PesuParkki 2024; Pesu Paroni 2024.) Auton käsinpesua on myös tarjolla kiitettävästi suhteutettuna Lahden asukaslukumäärään. Yritysprofiilin ja tarjottavien palvelujen osalta paneudutaan kilpailijat-osiossa tarkemmin kolmeen auton käsinpesua suorittavaan autopesulaan. Osuvimmat kilpailijat ovat Cityn Autopesula Lahti, Hennalan autopesu ja Renkomäen Autoexpert.

3.1 Kilpailijat

Cityn Autopesula Lahti

Cityn Autopesula Lahti sijaitsee keskeisellä paikalla Lahden keskustassa osoitteessa Aleksanterinkatu 25. Yritys tarjoaa monipuolisesti auton pesu- ja vahauspalveluita sekä koneellista myllytystä (naarmuuntuneen maalipinnan kiillottaminen). Sisäpuhdistukset ja tuntiveloitteinen penkkien pesu kuuluvat myös valikoimiin. Autopesulan yhteydessä toimii myös autohuolto- ja korjaus sekä rengaspalvelut. Yrityksen verkkosivuilta löytyy kaikki tarvittava tieto helposti ja pesuhinnasto on selkeä ja siinä on avattu hintaan kuuluvan työn sisältö. Tarjolla on autonpesujen vuosikortteja erilaisin palveluin ja yritysten on mahdollista liittyä sopimusasiakkaiksi. Käsinpesun paremmuutta painotetaan koneelliseen pesuun verrattuna. Kotisivuilla mainitaan, että auto pestään tarvittaessa pesusienellä. (Cityn Autopesula Lahti 2024.) Tämä jätti kohdallani pesun varaamatta. Pesukinnas on huomattavasti ystävällisempi maalipinnalle ja sitä käytetään ammattilaisten toimesta.

Hennalan autopesu

Hennalan autopesun toimipiste sijaitsee Hennalassa osoitteessa Keijutie 29. Yritys tarjoaa pesujen lisäksi huolto- ja rengaspalveluita. Kotisivut eivät ole toiminnassa, joten perustietojen haku on työläämpää. Autoa tankatessani samalla tontilla sijaitsevalla Shell Express-huoltamolla kävin lopuksi pesulassa paikan päällä, enkä vienyt autoani pesuun. Rakennus on parhaat päivänsä nähnyt ja tietty raikkaus puuttuu.

Renkomäen Autoexpert

Renkomäen Autoexpertin löytää Renkomäestä osoitteesta Ansiokatu 4. Monipuolisten pesupalveluiden lisäksi yrityksen palveluihin kuuluvat, niin autohuolto kuin rengastyöt. Kotisivujen perusteella valitsin näistä kolmesta esimerkkiyrityksestä tämän. Sivut ovat selkeät ja raikkaat sekä antavat yrityksestä laadukkaan kuvan. (Renkomäen Autoexpert 2024.) Paikan päällä käytyäni totesin tilat hieman kulahtaneiksi tai ne eivät vastanneet kotisivujen tasoa ja pysäköintitilat olivat tiukassa. En saanut autoani pesuun ilman ajanvarausta. Jututtamani henkilö totesi pesun olevan suosittu.

Alla olevaan taulukkoon (TAULUKKO 1) on listattu kolmen edellä mainitun yrityksen pesuhinnastot työnsisältöineen. Ulkopesun saa edullisimmillaan Renkomäen autoexpertiltä ja monipuolisin vuosikorttivalikoima löytyy Cityn Autopesula Lahdesta. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että erilaisia pesupaketteja, niin ulko- kuin sisäpuolelle löytyy paljon. Netistä löydetyn tiedon perusteella Hennalan autopesulassa on pienin valikoima palveluita.

TAULUKKO 1. Kilpailijoiden pesuhinnasto (Cityn Autopesula 2024; Autopesuhinnat.com 2024; Renkomäen Autoexpert 2024).

Cityn Autopesula Lahti	Hennalan autopesula	Renkomäen Autoexpert
Peruspesu 30 € (pieni auto), 40 € (iso auto)	Peruspesu 25 € (sis. Ovenvälit)	Ulkopesu 20 € (henkilöauto), 30 € (tila-auto, maastoauto), 35/40 € (pakettiauto)
Tehopesu 40 € (pieni auto), 50 € (iso auto)	Pesu + sisäsiivous 50 € (alkaen)	Vahapesu+sisäputsi 85 € (henkilöauto), 99 € (tila-auto, maastoauto), 75/99 € (pakettiauto)
Pesu + sisäsiivous 60 € (alkaen)	Kestovaha 80 €	Vahaus 89 € (henkilöauto), 99 € (tila-auto, maastoauto), 119/159 € (pakettiauto)
Perus vahapesu 100 €		Imurointi 45 € (henkilöauto), 55 € (tila-auto, maastoauto), 45 € (pakettiauto)
Puolikova vahapesu 120 €		Sisäpesu (perusteellisempi sisäpesu ja ulkopesu käsin) 150 € (henkilöauto), 165 € (tila-auto, maastoauto), 100/120 € (pakettiauto)
Kova vahapesu 150 €		Verhoilupesu 80 € (henkilöauto), 95 € (tila-auto, maastoauto), 70 € (pakettiauto)
HD-kovavahaus 180 €		
Moottorin pesu 30 €		
Penkkien pesu/tahranpoisto 40 €/h		
Koneellinen myllytys 40 €/h		
Kortti A 1100 €, vuosikortti, joka sisältää kerran viikossa ulkopesun, sisäpesun, ikkunoiden sisäpesun ja imuroinnin. Vahaus kertaalleen vuodessa.		
Kortti B 850 €, vuosikortti, joka sisältää ulkopesun, sisäpesun ja imuroinnin kerran viikossa.		
Kortti C 750 €, vuosikortti, joka sisältää ulkopesun kerran viikossa.		
Tarjous 200 €, ulkopesu, moottorin pesu, vahaus, sisäpesu ja penkkien pesu.		

3.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivista menetelmää käyttäen. Tähän tutkimusmenetelmään päädyttiin mahdollisimman monen kyselyyn vastaavan toivossa, jotta voitaisiin varmistua edustavan otoksen saamisesta ja sen myötä auton käsinpesun kysynnän oikeasta tilanteesta Lahdessa. Kvantitatiivinen tutkimus auttaa lähes poikkeuksetta selvittämään asian nykytilanteen, mutta se ei kerro asioiden syitä (Heikkilä 2014, 15). Vaihtoehtoja kvantitatiivisen tutkimuksen tiedon keruulle ja hankinnalle ovat erilaiset muiden keräämät tilastot, tietokannat, rekisterit tai tiedot kerätään itse (Heikkilä 2014, 16). Tämän tutkimuksen tiedot kerättiin itse Webropolin kyselylomakkeen avulla. En löytänyt verkosta aiheeseen sopivaa kysymyspohjaa, jota olisin voinut soveltaa tutkimuksessani. Tästä syystä päädyin laatimaan kyselyn itse parhaani mukaan, pohtien auton käsinpesuun liittyviä kysymyksiä, niin autoilijan kuin pesulayrittäjänkin näkökulmasta. Tämän tutkimuksen kyselylomake on esitetty liitteessä 1.

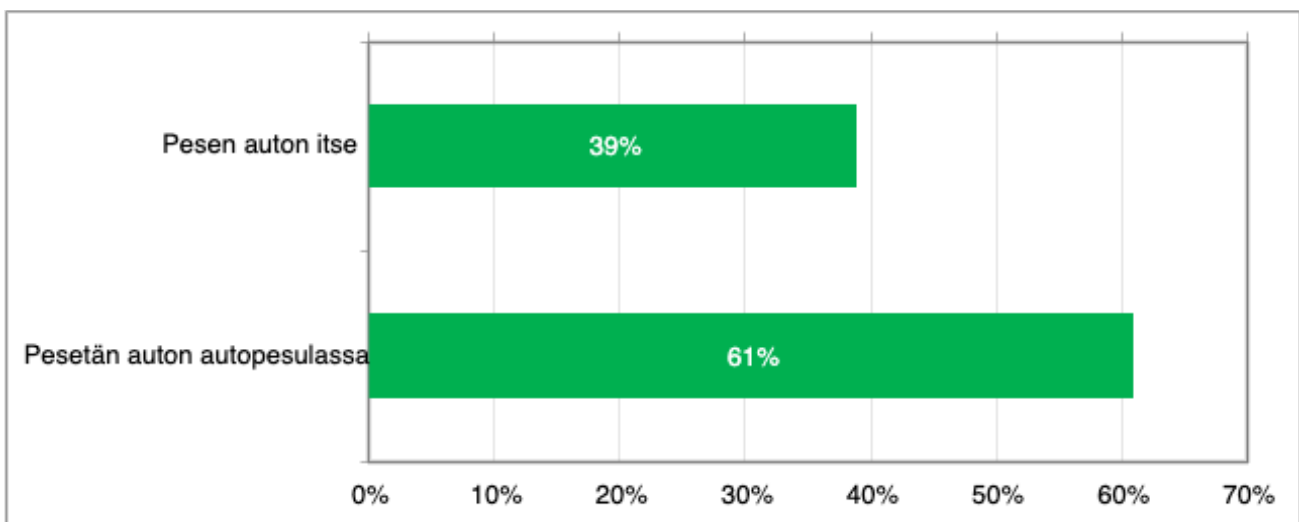
Kyselyn toteutusta miettiessäni törmäsin haasteeseen saada perusjoukon yhteystiedot kyselylomakkeen lähettämistä varten. Ovelta ovelle kiertäminen sähköpostiosoitteen toivossa ei tuntunut luontealta, eikä muita järkeviä ideoita tullut mieleen tietojen saamiseksi. Informoitu kysely kuitenkin kävi lyhyesti mielessä tilastolliseen tutkimukseen liittyvän kirjallisuuden tekstien myötä. Edellä mainitussa kyselymuodossa haastattelija toimittaa kyselylomakkeen itse ja avaa kysymyksiä tarvittaessa tarkemmin, sekä lisäkysymysten esittäminen on myös mahdollista (Heikkilä 2014, 17). En myöskään halunnut lähteä jakamaan kyselyn linkkiä erinäköisiin lahtelaisiin sosiaalisen median kanaviin tai muihin internetin syövereistä löytyviin ryhmiin. Tämä siitä syystä, että otos olisi voinut olla laajempi kuin suunniteltu eikä olisi voinut olla varmaa, että kyselyyn on vastannut halutun alueen asukkaat. Päätin siis tulostaa kyselyn sen verkko-osoitteella ja qr-koodilla varustetulle paperille saatesanoineen ja jakaa sen valitun asuinalueen asukkaiden postilaatikoihin. Papereita tulostin 280 kappaletta ja jaoin ne kävellen päättämälleni alueelle.

Kysely toteutettiin aikavälillä 28.5.–20.6.2024. Vastauksia kyselyyn tuli lopulta 44 kappaletta. Näin ollen vastausprosentti oli 15,7 %. Vastausprosentin ollessa 20–30 %, voidaan sitä pitää erittäin hyvänä, mutta 10–15 % on todennäköisempi ja odotettavampi. (SurveyMonkey 2024.) Vastausprosentti ei siis ollut erityisen hyvä, mutta riittävä. Kysely koostui 12 kysymyksestä ja selvitti auton käsinpesun kysynnän lisäksi pesun odotettua hintatasoa sekä pesulan sijainnin merkitystä. Tutkimuksen vastaukset vietiin Webropolista Exceliin vastausten analysointia ja havainnollistamista varten.

3.3 Kyselyn tulokset

Tässä osiossa käydään läpi tehdyn kyselyn kuusi liiketoiminnan kannalta oleellisinta kysymystä. Kysymyksen ja kuvion numero saattavat olla keskenään eri, koska kysymykset on listattu tässä kyselylomakkeen mukaisessa järjestyksessä. Tutkimuksen vastaukset kaikkiin 12 kysymykseen löytyvät liitteestä 3. Jokaiseen 12 kysymykseen saatiin vastauksia 44 kappaletta.

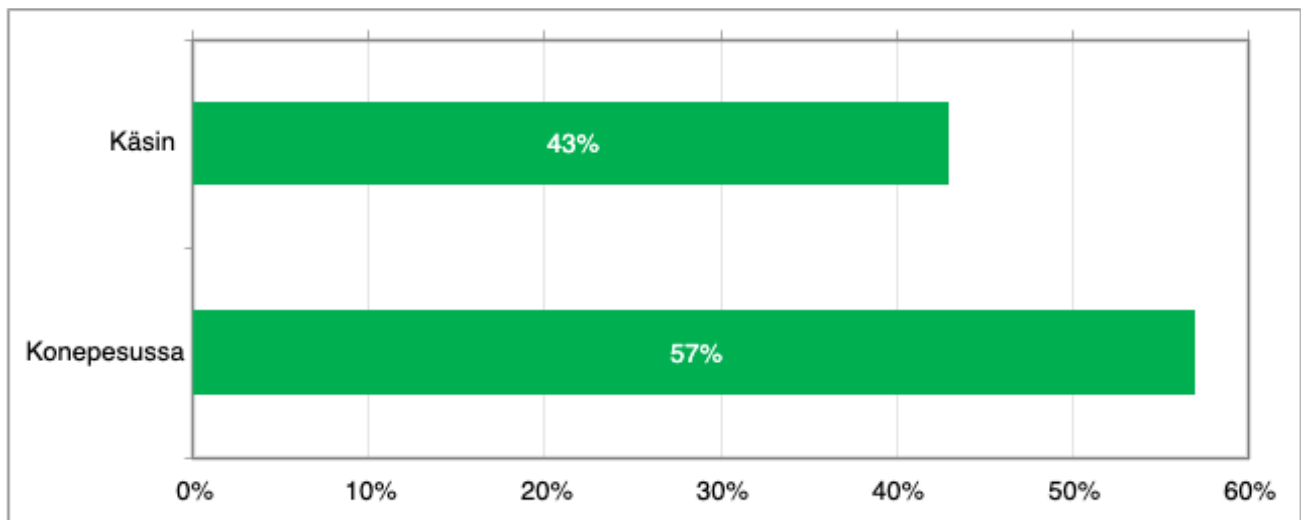
Kyselylomakkeen toinen kysymys selvitti (KUVIO 1), peseekö auton omistaja itse autonsa vai käytetäänkö auton puhtaanapidossa autopesulan palveluja. Vastaajista 17 kertoi pesevänsä autonsa itse ja loput 27 pesettävät autonsa. Voidaan siis todeta, että reilu kolmannes alueella kyselyyn vastanneista pesee autonsa itse. Autopesulan näkökulmasta autonsa itse peseviä henkilöitä on reilusti ja haalittavaa asiakaspotentiaalia löytyy siltä saralta paljon. Markkinoinnissa tulisi keskittyä mm. autopesulan tarjoaman palvelun vaivattomuuteen itse pesemisen sijaan. Myös ympäristöasiat tulisi ottaa huomioon eli pesuvesien ohjaaminen oikeanlaiseen kaivoon, eikä esimerkiksi maaperään pohjavesialueella.



KUVIO 1. Pesetkö auton itse vai pesetätkö sen autopesulassa?

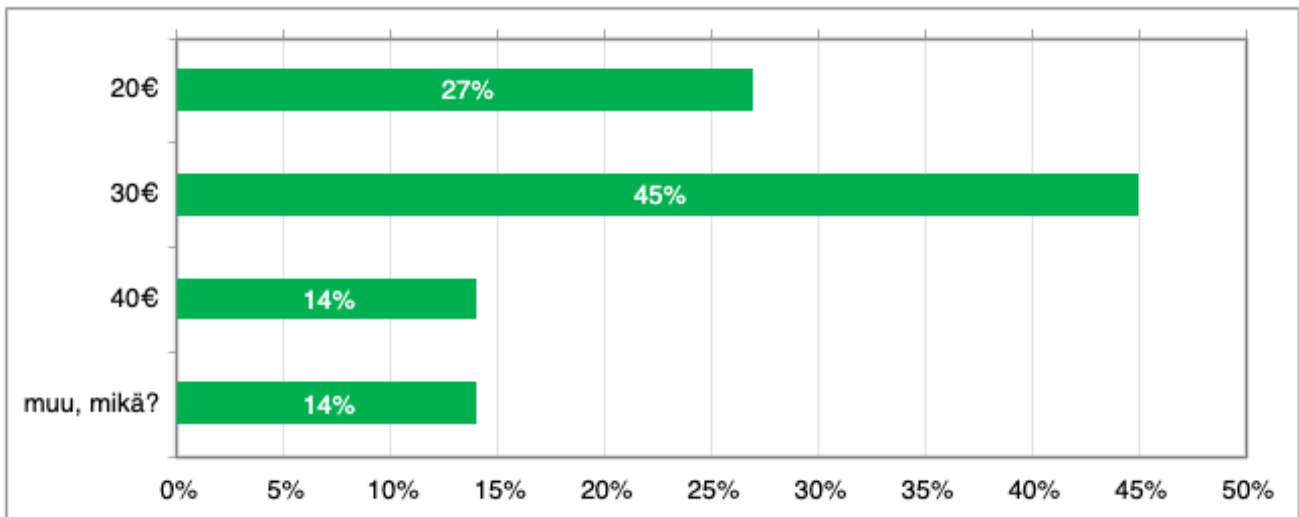
Kyselyn kolmas kysymys (KUVIO 2) keskittyi auton pesutapaan eli pestäänkö auto käsin vai käytetäänkö auto automaattipesussa. Vastaajista 19 suosii auton käsinpesua, kun loput 25 ajaa autonsa koneelliseen pesuun. Auton käsinpesua harjoittavalle yritykselle esitetyt luvut tuottavat ajatustyötä asiakasmäärien kasvattamiseksi. Millä saadaan käytännössä samanhintaisessa konepesussa käyvät kuljettajat käsin pesun asiakkaiksi? Omakohtaisen kokemuksen mukaan automaattipesun lopputulos ei ole

yhtä hyvä kuin käsinpesun. Pesukoneen harja ei pääse kaikkialle ja harjasta jää maalipintaan helpommin pyörrejätkiä ja naarmuja. Auton väristä riippuen ne erottuvat selvästi tai ovat jokseenkin huomattomia. Kiiltävän musta auto näyttää naarmut selvimmin. Tavallisella autolla ajava perusautoilija toimii kuitenkin oikein, jos käyttää likaisen auton edes harjapesussa, se on parempi vaihtoehto kuin jättää auto pesemättä (Helsingin Sanomat 2024).



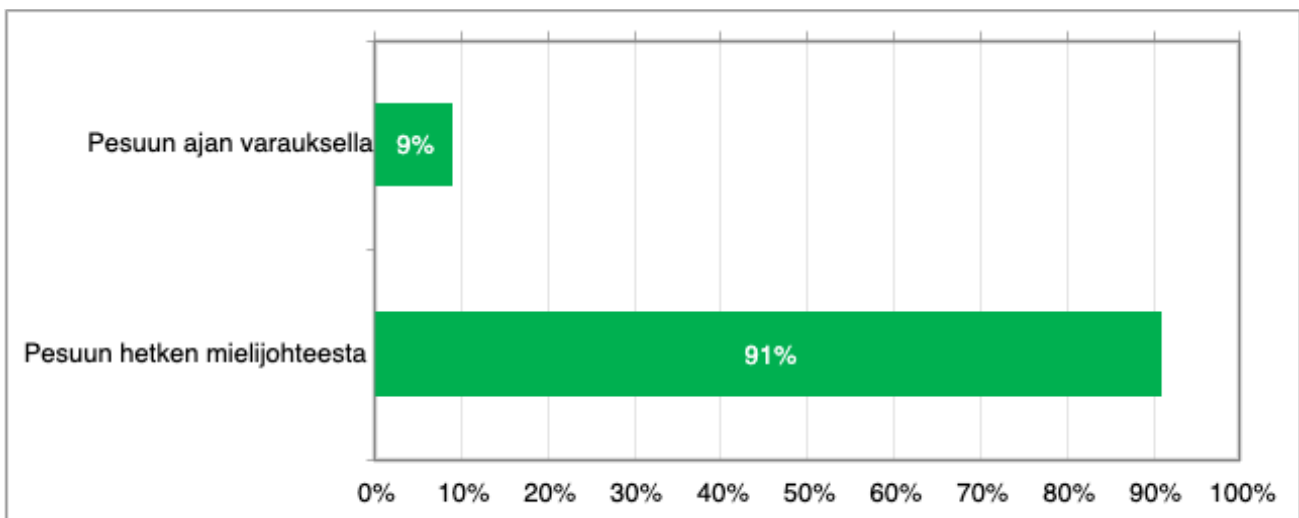
KUVIO 2. Pestäänkö auto käsin vai konepesussa?

Neljäs kysymys (KUVIO 3) kartoitti vastaajien näkemystä pesun hintatasosta. Vastaajista 20 henkilöä pitää 30 € sopivana hintana auton käsinpesulle. 12 vastaajista olisi valmis maksamaan 20 € pesusta ja 6 vastaajaa pitää 40 € hintaa sopivana tehdystä työstä. Loppujen kuuden vastaajan kohdalla hintahaitari on 10–25 € vapaaseen tekstikenttään syötettynä. Hinnoittelua tehtäessä on syytä pitää mielessä liiketoiminnan kannattavuus, jotta siitä syntyvät kulut saadaan katettua ja viivan alle jää positiivinen loppusumma.



KUVIO 3. Mikä on mielestäsi sopiva hinta auton käsinpesulle?

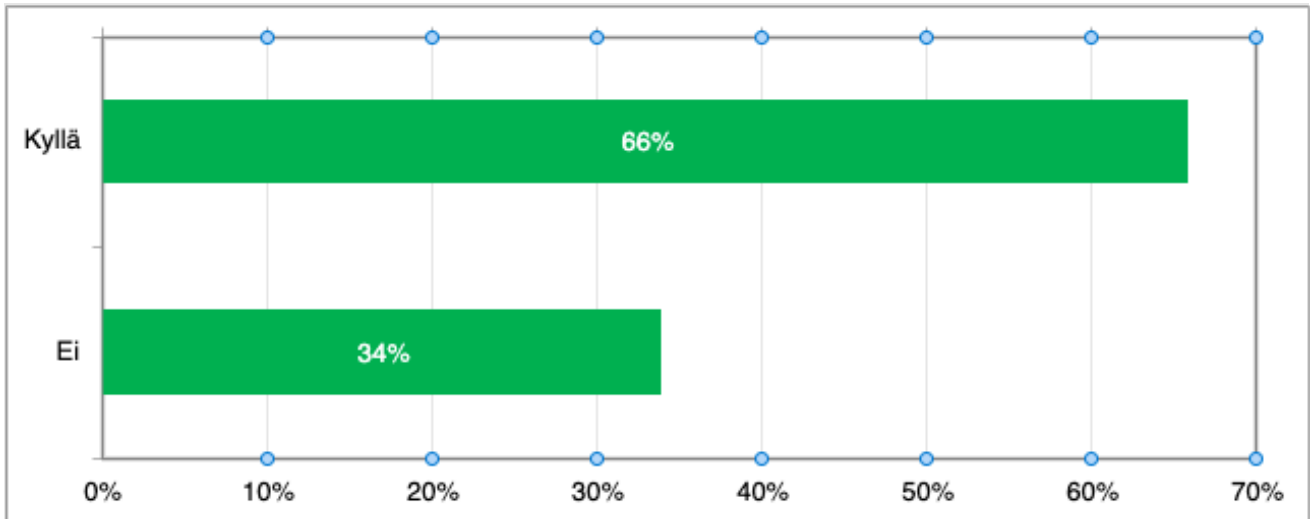
Kuudes kysymys (KUVIO 4) lomakkeella selvitti kiinnostusta autopesun ajanvarausta kohtaan. Saatujen vastausten perusteella voidaan selvästi tulkita, että vastaajista suurin osa pesettää autonsa hetken mielijohteesta, vailla ennakkovarausta pesuun. Vain neljä vastaajaa kokee ajanvarauksen hyödylliseksi. Loput 40 vastaajaa eivät halua sitoutua pesuun ajanvarauksella. Hyvällä käyttöasteella oleva varauskalenteri toisi yrittäjälle ennustettavuutta päiviin ja se helpottaisi työn suunnittelua.



KUVIO 4. Asioinnin helppous

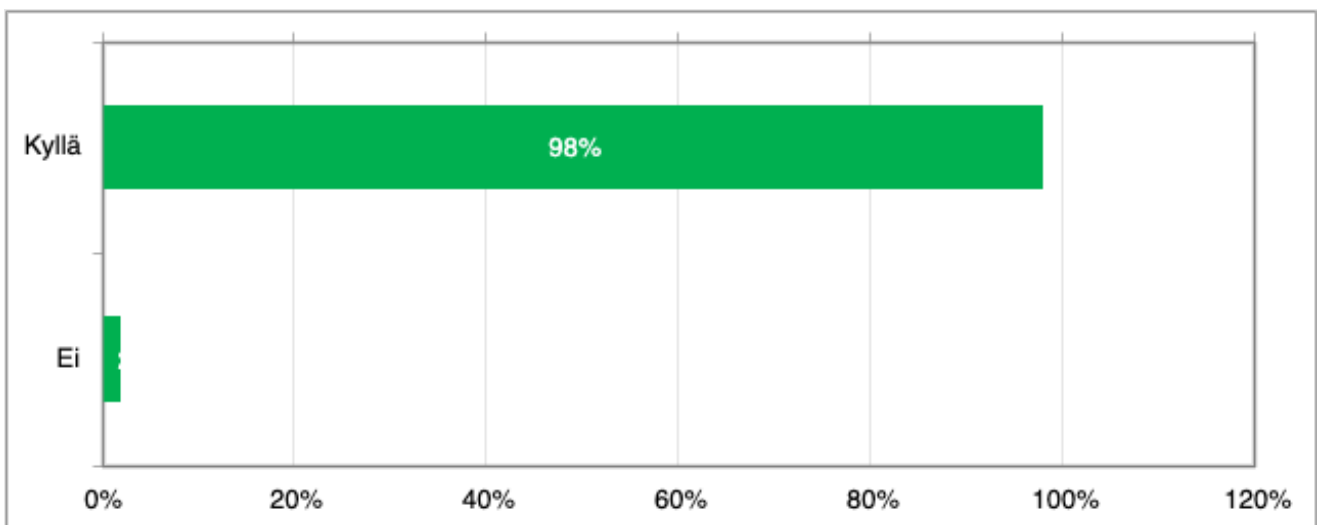
Kysymyksessä kahdeksan (KUVIO 5) kysyttiin autopesulan sijainnin merkitystä. Vastaajista noin kaksi kolmesta eli 29 henkilöä haluaa autopesulan olevan lähellä kotia. Loput 15 vastaajaa eivät pidä

sitä tarpeellisenä. Saman suuntaiseen lopputulemaan päästään kysymyksen seitsemän kohdalla (LIITE 3/3). Siinä kysyttiin, onko vastaaja valmis liikkumaan erinomaisen työnjäljen perässä hieman pidemmälle palveltavaksi.



KUVIO 5. Pitääkö autopesulan olla lähellä kotia?

Kysymys 11 (KUVIO 6) on yrittäjän kannalta rohkaiseva. Vastaajista 43 olisi valmiita keskittämään pesut samaan paikkaan. Tämän pohjalta voisi muodostua kanta-asiakkaiden ryhmä ja kuukausittaisia pesumääriä olisi helpompaa ennustaa pesuaikoja suunniteltaessa. Säähän toki ei voi vaikuttaa, joten sadepäivinä pesulassa olisi todennäköisesti hiljaista. Yksi vastaajista ei kuitenkaan koe olevansa valmis keskittämään pesuja yhdelle toimijalle.



KUVIO 6. Voisitko kuvitella keskittäväsi pesut samaan paikkaan?

4 LIKETOIMINTASUUNNITELMAN LAATIMINEN

Toisen luvun liiketoimintasuunnitelman teoriaa käsittelevän osuuden pohjalta laaditaan opinnäytetyön liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintaa koskevat laskelmat esitetään luvussa 6.

4.1 Opinnäytetyötä varten laadittu liiketoimintasuunnitelma

Opinnäytetyö käsittelee liiketoimintasuunnitelman laatimista kattavasti ja oikeaoppisesti niiltä osin, kun sitä käytetään liikeidean esittelyssä ja laskelmien myötä rahoitusta haettaessa. Auton käsinpesun kysynnän tilannetta yritystoimintaa silmällä pitäen Lahdessa on selvitetty kyselyn avulla. Laadittu liiketoimintasuunnitelma Martin Autopesula Oy:lle esitellään kappaleessa viisi tarkemmin. Liiketoimintasuunnitelman tekemistä edesauttoivat paikallisiin kilpailijoihin tutustuminen, webropol-kyselyn laatiminen ja sen myötä saadut vastaukset kysymyksiin sekä omakohtaiset kokemukset auton käsinpesusta. Jälkimmäisestä on hyötyä etenkin päiväkohtaisia pesumääriä arvioitaessa fyysisen kuormituksen osalta. Liiketoimintasuunnitelmasta käy ilmi yksinyrittäjän mahdollisuudet kannattavaan liiketoimintaan autoja käsin pesten liikeidean mukaisesti.

4.2 Liikeidea liiketoimintasuunnitelman takana

Liikeideana on tarjota korkealuokkaista auton käsinpesua Lahdessa. Käytännössä pesuvaihtoehtoja on vain yksi eli auton ulkopesu, joka sisältää myös ovenpielien pesun, auton kuivauksen ja kevyen sisäsiivouksen. Ajatuksena on, että auto tulee kerralla kauttaaltaan puhtaaksi ja matkaa on mukavampi taittaa. Asiakkaan ei siis tarvitse varata aikaa auton erilliseen sisäsiivoukseen. Huomio keskittyy asiakas-tyytyväisyyden ohessa hellävaraiseen ja naarmuttomaan työnjälkeen. Tarkoituksena on, että yritystoiminnalla työllistetään aluksi vain yrittäjä, mutta mahdollisen kasvun myötä palkataan lisää ammattitaitoista henkilökuntaa.

5 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA MARTIN AUTOPESULA OY

5.1 Yrityksen perustiedot

- Martti Kähkönen (yrittäjä) ja hallituksen varajäsen henkilö X
- Martin Autopesula Oy
- Autopesulankatu y, 15xxx Lahti
- Autopesula
- Osakeyhtiö

5.2 Liikeidean kuvaus

Auton käsinpesua Lahdessa ensiluokkaisella työnjäljellä ja naarmuttomalla lopputuloksella. Ovenpielien pesu, auton kuivaus ja kevyt sisäpuhdistus kuuluvat työn hintaan. Autopesulassa on mukava asioida - henkilökunta on aina hymyssä suin. Kaikki autoilevat ihmiset ovat tervetulleita ajanvarauksella tai ilman.

5.3 Osaaminen

Auton käsinpesua vuosien kokemuksella. Nykyaikaiset pesuvälineet ja tekniikat takaavat erinomaisen lopputuloksen. Itsenäinen työskentely autoja pestessä on mukavaa ja palkitsevaa sekä oman kädenjäljen näkee heti. Ammattitaitoisen pesun lisäksi asiakkaat saavat poikkeuksellisen mukavaa ja asiantuntevaa palvelua.

5.4 SWOT-analyysi

Vahvuudet

- Ammattitaito autonpesun suhteen
- Usko omaan tekemiseen
- Asiakaspalvelu
- Pesupaikan sijainti
- Tarjottava palvelukokonaisuus ylittää monen asiakkaan odotukset

- Vinkkien tarjoaminen maksutta auton ylläpitoon liittyvissä asioissa

Heikkoudet

- Ei aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä
- Ei kokemusta autojen sarjapesusta – iskeekö väsy kesken kaiken?
- Riittävän asiakasmäärän ennustaminen

Mahdollisuudet

- Menestyä yrittäjänä
- Olla Lahden suosituin ja suositelluin autopesula
- Työllistää muita ihmisiä
- Olla edelläkävijä asiakaskohtaisten tarpeiden huomioon ottamisessa palvelujen osalta
- Laajentua pesulaketjuksi kautta maan
- Pestä autoja sopimuksesta esim. autoliikkeelle

Uhat

- Asiakkaan auton maalipinnan vaurioittaminen
- Nykyiset kilpailijat toimialalla ja mahdolliset uudet tulokkaat, jos oma pesula menestyy
- Mahdolliset rajoitukset esimerkiksi autonpesussa syntyvien jätevesien käsittelyn suhteen

5.5 Palvelut

Auton käsinpesu puhtaalla lopputuloksella. Ulkopesuun kuuluu myös ovenpielien pesu, auton kuivaus sekä kevyt sisäsiivous (roskien keräys asiakkaan luvalla, nopea imurointi, pölyjen pyyhintä ja näyttöjen pyyhkiminen sormenjäljistä). Edellä mainittujen toimenpiteiden suorittaminen edellyttää, että auto pestään säännöllisesti ja sisäpuhdistukseen ei kuulu esim. oksennuksen siivous tai verhoilunpesu. Näitä ei ole tarjolla edes lisämaksusta. Vahaukset ja suihkutettavat pinnoitteet on mahdollista lisätä palveluihin, jos kysyntää on. Nämä on mahdollista toteuttaa myös heti liiketoiminnan alettua erillisestä pyynnöstä ja erikseen sovittuna ajankohtana. Hinta sovitaan tapauskohtaisesti, kuitenkin niin, että vastaavan työn hinta on aina sama asiakkaasta riippumatta.

Pesun hinta olisi teetetytyn kyselyn myötä järkevää asettaa 30 € kohdalle. Kilpailijoiden hinnoittelua tarkemmin tutkaillessa päädyn kuitenkin lopputulokseen, että 40 € olisi parempi hinta pesulle. Lopullinen hinta saadaan laskettua laskelmien myötä.

5.6 Asiakkaat

Mahdollisiksi asiakkaiksi näen kaikki lahtelaiset yksityisautoilijat. Saa pesuun toki tulla muiltakin paikkakunnilta. Parhaiten kyseisen autopesulan profiiliin sopivat käsinpesua arvostavat ja autonsa säännöllisesti pesettävät autoilijat. Hintaan sisältyvä sisäpuhdistus jättää auton siisteydestä huolehtimisen kokonaan autopesulalle eli autoilusta tulee monin verroin helpompaa ja vaivattomampaa. Talvella lumet toki on tarpeen kopistella auton ulkopuolelle asiakkaan toimesta ja take away kahvikupin voi juomisen jälkeen viedä roskiin, jotta pesujen välissä autoilu on roskattomampaa.

5.7 Markkinat ja kilpailijat

Tavoitellut markkinat sijaitsevat maantieteellisesti ensisijaisesti Lahdessa ja laajemmin Päijät-Hämeessä. Traficomien mukaan Lahdessa on autoja 58 495 kappaletta (Traficom 2024). Autopesua on alueella tarjolla reippaasti, niin automaattipesun kuin käsinpesun osalta. Käsin autonpesua tarjoavista yrityksistä eniten kilpailua aiheuttavat Cityn Autopesula Lahti, Renkomäen Autoexpert ja Hennalan Autopesula. Liiketoimintasuunnitelman laatimista varten teetetyin kyselyn mukaan 61% vastaajista pesettää autonsa autopesulassa. Pesupalveluita käyttävistä henkilöistä 43% suosii auton käsinpesua koneen sijaan. Voidaan siis karkeasti arvioida, että reilut 15 000 autoilijaa käyttävät autonsa käsinpesussa.

Ensiluokkainen työnjälki yhdessä erinomaisen asiakaspalvelun kanssa tuo asiakkaita uuteen autopesulaan. Asiakkaat saavat myös neuvoja auton puhtaanapitoon liittyen ja toimintaa pyritään kehittämään saadun palautteen perusteella. Palveluita tulee enemmän kysynnän kasvaessa.

5.8 Myynti ja markkinointi

Auton käsinpesun osalta on laadittu kysely ja vastausten pohjalta sille löytyy kysyntää. Yritykselle perustetaan kotisivut, josta voi esimerkiksi varata pesuajan tai tutustua tarkemmin tarjolla olevaan autopesupalveluun. Instagram ja Facebook toimivat markkinointikanavina sosiaalisessa mediassa ja myös paikallislehdessä Etelä-Suomen Sanomissa mainostetaan. Pesuajan voi varata netissä varauskalenterista, soittamalla tai tulemalla paikan päälle. Autoja pyritään pesemään myös ilman ajanvarausta.

5.9 Liiketoiminnan tavoitteet

Ensisijainen tavoite on saada yritystoiminta kannattavaksi mahdollisimman pian aloituksesta. Asiakasvirran kasvaessa palkataan lisää työvoimaa ja investoidaan lisäpalveluihin monipuolisesti.

5.10 Riskien hallinta

Lähdetään liikkeelle mahdollisimman pienellä lainalla ja investoidaan välineisiin kasvun myötä. Vastuuvakuutus voimaan mahdollisten vaurioiden korvaamiseksi.

5.11 Oma yritys

Vuokratallille Lahdessa löytyi hinta laskelmia varten niitä tarjoavien yrityksen kotisivuilta (Minuntalli 2024). Ammattikäyttöön soveltuvat pesuvälineet ja aineet hankitaan itse verkkokaupasta. Painepesuri ammattikäyttöön hintoineen laskelmiin löytyi laitevalmistajan kotisivuilta (Kärcher 2024). Autopesula olisi auki arkisin klo: 10–18. Viikonloppuna olisi mahdollista tehdä esimerkiksi vahauksia ennakoon sovitusti. Vain korttimaksut itse hankitulla maksupäätteellä, mutta laitevalmistaja ottaa komission jokaisesta myyntitapahtumasta (Zettle 2024).

5.12 Taloushallinto ja sopimukset

Kirjanpito ulkoistetaan. Vuokrasopimus pesuhallista ja yhteensä 10 000 € Oy:n alkupääomaan ja välineinvestointeihin. 10 000 € otetaan omista säästöistä.

6 LASKELMAT

Alta löytyvät laskelmat suunniteltua liiketoimintaa varten. Laitteiden ja vuokran osalta hinnat on laskettu alv. 0 %.

6.1 Investointilaskelma

Aineelliset investoinnit

Maa-alueet ja rakennukset	0
Koneet, laitteet ja kalusteet	1619,76 €

Aineettomat investoinnit

Käyttölisenssit	0
Ohjelmistot	0
Investoinnit yhteensä	1619,76 €

Käyttöpääoma

Alkupääoma Oy:n perustamiseen	2500 €
Ensimmäisien kuukausien kulut	3330,24 €
Markkinointibudjetti alussa	3000 €
Käyttöpääoma yhteensä	8830,24 €

Investoinnit ja käyttöpääoma yhteensä	10 000 €
--	-----------------

Pääoma		
- oma rahoitus		10 000 €
- tuet		0
- lainat		0

Pääoma yhteensä	10 000 €
------------------------	-----------------

6.2 Kannattavuuslaskelma

Yhden päivän myynti on 320 € (8 pesua á 40 €). Kuukausimyynti on $320 \text{ €} \times 20,9 = 6688 \text{ €}$. Myynti jaettuna 12kk = $73\,568 \text{ €} / 12\text{kk} = 6130,66 \text{ €/kk}$. Vuosimyynti (11kk) on $6688 \text{ €} \times 11 = 73\,568 \text{ €}$.

Kiinteät kulut kuukaudessa	Kuukausi	Vuosi
palkka sosiaalikuluneen	3500 €	42 000 €
vuokra	450 €	5400 €
maksupääte	120 €	1440 €
markkinointi	50 €	600 €
sähkö ja vesi	200 €	2400 €
puhelin	50 €	600 €
kirjanpito	50 €	600 €
vakuutus	50 €	600 €
Kiinteät kulut yhteensä	4470 €	53 640 €
Myyntikatetarve yhteensä	4470 €	53 640 €
Myyntitulot	6130,66 €	73 568 €
- arvonlisävero	1471,36 €	17 656,32 €
Liikevaihto		55 911,68 €
Kokonaistulos		2271,68 €
Voitto/tappio		+2271,68 €

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia liiketoimintasuunnitelma kannattavalle autopesulalle Lahdessa. Kaikkien opinnäytetyön työvaiheiden jälkeen laaditun liiketoimintasuunnitelman kannattavuuslaskelman mukaan siinä onnistuttiin. Numeroiden valossa ja teoriassa riittää, kun arkipäivänä pesee kahdeksan autoa 11 kuukauden aikana ja lomailee kuukauden itselle sopivana hetkenä kalenterivuodessa. Kuulostaa houkuttevalta. Totuus lienee kuitenkin toisenlainen ja opinnäytetyön osana teetetyin kyselyin vastausten pohjalta, täytyy vastausten suhteen olla realistinen. Olisiko käytännössä mahdollista saada varauskalenteri täytettyä viikoiksi eteenpäin laskelman mukaisilla asiakasmäärillä ja toimipaikan aukioloajan puitteissa? Tuskin. Tosi asia on kuitenkin se, että alkuun vaadittavat investoinnit ovat niin pienet ja autonpesun taito on opittavissa, että autopesuyrittäjyyteen olisi helppo ryhtyä oikeanlaisten olosuhteiden puitteissa, vaikka heti.

Luvuista tekemiseen. Suoralta kädeltä en näe, miksi auton käsinpesu olisi niin kuormittavaa, että sitä ei pystyisi suorittamaan yksinyrittäjänä päivästä toiseen. Oikeaoppinen kinnastelu, kun ei ole kovin raskasta. Harrastus muuttuisi ammatiksi, mutta pesujen määrä vain kasvaisi merkittävästi. Asiaa täytyisi varmasti testata pesemällä sukulaisten ja ystävien autot kalenterin pohjalta. Näiden puuttuessa voisi naapurusto olla hetken puhtaana. Liikkeen kiinnioloaminen mahdollisten sairauslomapäivien aikana ei kuitenkaan kuulosta järkevältä. Saako vuokratyöfirmasta tuuraajan vai pitäisikö heti alussa palkata toinen ammattilainen? Puhtaasti yksin tekemisen hohtohan siinä katoaisi, jos olisi palkollinen mukana alusta asti. Varatun pesuajan peruutus siis ja jokin pieni yllätys lahjan muodossa siirretyn ajan puitteissa asioivalle. Silti täysin omaan tekemiseen nojaavan, fyysistä työtä tekevän yrityksen perustaminen kuulostaa haastavalta.

Autonpesusta ei varmasti tule lakisääteistä vakuutusten tai verojen tapaan, mutta mitä jos auton puhtaanapidosta tulisi osa autoilua? Auton hankintaan käytetään rahaa oman varallisuuden puitteissa, joskus tarkemmin ja toisinaan huolettomammin. Auton huollot, renkaanvaihdot, vakuutukset, verot ja polttoaineet kyllä mietitään tarkkaan ennakkoon ja käytön aikana. Olisiko pesun merkitykseen mahdollista suhtautua samalla vakavuudella? Tosikoksi ei tarvitse ryhtyä, mutta kaikki edellä mainitut budjetoidaan hankinnan alussa. Missä autopesun vuosibudjetti? Uskon vahvasti, että moni autopesula voisi miettiä kulurakennetta uudelta kantilta, mikäli auton pesettäminen olisi kaikkien autoilijoiden mielestä edes jossain määrin mielletävissä pakollisiin menoihin. Suomi on neljän vuodenajan ja neljän väli vuodenajan maa eli auton puhtaanapidolla on todella merkitystä.

Kuten aina liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa on mietittävä keinoja kilpailijoista erottautumiseen. Ei poikkeusta tämän opinnäytetyön tuotoksen suhteen. Niin kauan kuin ihmiset ovat keskenään tekemisissä, ei voida unohtaa kasvotusten kohtaamisen merkitystä ja ennen kaikkea palveluita tarjoavan henkilön persoonallisuutta. Kun asiaan vihkiytynyt henkilö asianmukaisilla ihmissuhdetaidoilla kohtaa asiakkaan, ollaan Suomen kaltaisessa maassa hämillään ja lompakko auki. Myy tai tarjoa jotain palvelua, kun sinusta on siihen. Toisaalta osaa asiakkaana vaatia palvelua. Kun edelliset asiat ovat kohdallaan päästään hifistelemään. Tee asiat kilpailijoita paremmin ja tarjoa jotain muiden listoilta poikkeavaa. Kuinka moni pesula huuhtelee ammattiautoilijoiden pirssit muutamalla eurolla rospuuttokelillä? Saatko autonhoitoon vinkkejä pesun yhteydessä? Haluatko keskittää autopesut yhteen paikkaan, kuten hiustenleikkuusi kanssa teet? Ei se vaihtoehtojen lista, vaan mitä juuri sinun autosi tarvitsee.

Tuossa vain osa keinoista erottautua. Tätä osiota kirjoittaessa oli Lahdessa satanut julmetusti päivän aikana ja Hämeenlinnantie tulvi osiltaan, kun iltalenkkini sitä lastenvaunujen kanssa sivusi. Täyssähköinen Tesla Model Y kahlasi helmojaan myöten lätköissä ja mietin sähköautoilun oppeja kahluusvyydestä akun kannalta. Kyseisen auton osalta en ota sen kummemmin kantaa, mutta sähköautot ovat oma lukunsa autopesun tulevaisuudessa. Painepesun kohdistaminen akku- ja sähkötekniisiin liitoskohtiin voi olla riskialtista ja verrattavissa huolettomasti tehtyyn moottorinpesuun polttomoottoriautossa. Sähköautoihin erikoistuminen pesujen suhteen voi olla kannattavaa tulevaisuudessa. Naftajälki lähtee liuottamalla ja akkuvirta kastelemalla.

LÄHTEET

- Autodude. 2024. *Auton käsinpesu eli kinnastelu*. Saatavissa: https://www.autodude.fi/fi/o/ad-auton-hoito/auton_kasinpesu_kinnastus?_gl=1*x2vrnx*_up*MQ..&gclid=EAIaIQob-ChMIpM3Rk8_bhwMV3heiAx1OgBzuEAAYASAAEgKGGvD_BwE. Viitattu 4.8.2024.
- Autodude. 2024. *Naarmun häivyttäminen myllyttämällä*. Saatavissa: https://www.autodude.fi/fi/o/ad-autonhoito/naarmunpoisto_naarmu_haivyttaminen?_gl=1*1sw3djg*_up*MQ..&gclid=EAIaIQob-ChMIpM3Rk8_bhwMV3heiAx1OgBzuEAAYASAAEgKGGvD_BwE. Viitattu 4.8.2024.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. *Yrityksen asiakasmarkkinointi*. Helsinki: Edita
- Car Shield. 2022. *Kuinka poistaa pyörrejätkiä auton maalista*. Saatavissa: <https://fi.carshieldtools.com/info/how-to-remove-swirl-marks-from-car-paint-75425333.html>. Viitattu 4.8.2024.
- Elo. 2024. Saatavissa: <https://www.elo.fi/fi-fi/yrittaja/yel-vakuutus>. Viitattu 2.8.2024.
- Heikkilä, T. 2014. *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Hesso, J. 2015. *Hyvä liiketoimintasuunnitelma*. Helsinki: Kamari Oy.
- Holopainen, T. 2024. *Yrityksen perustamisopas. Vuoden 2024 uudistettu versio*. Asiakastieto Oy ja Tekijä
- Härkönen, O. & Sekki, A. 2020. *Kevytyrittäjäyys. Opas sivutoimiseen yrittäjyyteen*. Helsinki: Kauppakamari
- Koski, T., Virtanen, M. 2005. *Tulos. Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen*. Helsinki: Otava
- Kärcher Oy. 2024. Saatavissa: <https://www.kaercher.com/fi/professional/painepesurit/kylmaevesipesurit/mediumsarja/hd-6-15-mxa-plus-11509430.html>. Viitattu 1.8.2024.
- Manmachine works. *What is an automatic car wash machine?* Saatavissa: https://www.man-machineworks.com/Blog/Automatic_car_wash_machine. Viitattu 4.8.2024.
- Media konserni keskisuomalainen. *Ohje QR-koodien lukemiseen*. Saatavissa: <https://oma.media.fi/ohjeet/>. Viitattu 4.8.2024.
- Minuntalli. 2022. Saatavissa: <https://minuntalli.fi/tallit/lahti-maxitalli/>. Viitattu 29.7.2024.
- Suomi.fi-verkkotoimitus. 2021. *Liikeidea*. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/tyoelama-ja-tyottomuus/yrityksen-perustaminen/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/liikeidea>. Viitattu 7.7.2024.
- Suomi.fi-verkkotoimitus. 2019. *Markkinaselvitys*. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/tyoelama-ja-tyottomuus/yrityksen-perustaminen/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/markkinaselvitys>. Viitattu 7.7.2024.

- Suomi.fi-verkkotoimitus. 2022. *Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat*. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/aloittavan-yrityksen-rahoitus/rahoitus-ja-kannattavuuslaskelmat>. Viitattu 7.7.2024.
- Tomperi, S. 2023. *Käytännön kirjanpito*. Helsinki: Edita
- Riikonen, J. 2024. *Pesijän pelko*. Helsingin Sanomat.
- Patentti- ja rekisterihallitus. 2024. Saatavissa: <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystennimet.html>. Viitattu 2.8.2024.
- PesuParkki. 2024. Saatavissa: <https://pesuparkki.fi/lahti/>. Viitattu 30.6.2024.
- Pesu Paroni. 2024. Saatavissa: https://pesuparoni.fi/?gad_source=1&gclid=EAIaIQob-ChMIyrv855KIhwMVgBuiAx2sZQEjEAAAYASAAEgIQqvD_BwE. Viitattu 30.6.2024.
- Pro Riskienhallinta. 2024. Saatavissa: <https://www.riskienhallinta.org/liiketoiminnan-riskit/>. Viitattu 2.8.2024.
- SurveyMonkey. 2024. Saatavissa: <https://fi.surveymonkey.com/mp/sample-size/>. Viitattu 2.7.2024.
- Traficom. 2024. Saatavissa: https://trafi2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/TraFi/TraFi_Liikennekaytossa_olevat_ajoneuvot/010_kanta_tau_101.px/table/tableViewLayout1/. Viitattu 30.7.2024.
- Uusyrittyskeskus. 2024. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>. Viitattu 4.5.2024.
- Vuorinen, T. 2013. *Strategiakirja – 20 työkalua*. Helsinki: Talentum
- Yrityksen-perustaminen 2024. *Asiakashankinta*. Saatavissa: <https://yrityksen-perustaminen.net/asiakashankinta/>. Viitattu 31.7.2024.
- Zettle. 2024. Saatavissa: <https://shop.zettle.com/fi/reader-2>. Viitattu 1.8.2024.
- Zettle. 2024. *Hinnoittelu*. Saatavissa: https://www.zettle.com/fi/hinnoittelustamme?_ga=2.265302861.377004390.1722517721-1305872237.1722517579. Viitattu 1.8.2024.



Auton käsinpesua Lahdessa

1. Onko taloudessasi auto käytössä?

Kyllä

Ei

2. Pesetkö auton itse vai pesetätkö sen autopesulassa?

Pesen auton itse

Pesetän auton autopesulassa

3. Pestäänkö auto käsin vai konepesussa?

Käsin

Konepesussa

4. Mikä on mielestäsi sopiva hinta auton käsinpesulle (sis. oven piilien ja kynnysten pesun, kuivauksen ja kevyen sisäpuhdistuksen)?

20€

30€

40€

muu, mikä?

5. Pidätkö auton puhtaana?

- Pesu aina tarvittaessa (ajan mieluiten puhtaalla autolla)
- Pesu, kun auton väristä ei oikein saa selvää (harvoin tyyliin: jouluna ja juhannuksena)
- En pese autoa koskaan

6. Asioiden helppous

- Pesuun ajan varauksella
- Pesuun hetken mielijohteesta

7. Voiko autopesula olla kauempanakin, jos työnjälki on erinomaista?

- Kyllä
- Ei

8. Pitääkö autopesulan olla lähellä kotia?

- Kyllä
- Ei

9. Auton puhtaanapidon helppous ja maalipinnan suojaaminen: oletko valmis maksamaan auton maalipinnan vahauksesta?

- Kyllä
- Ei

10. Pesätäkö autosi aina samassa paikassa?

- Kyllä
- Ei

11. Voisitko kuvitella keskittäväsi pesut samaan paikkaan?

- Kyllä
- Ei

12. Tiedätkö, onko autossasi metalli- vai perusväri?

Kyllä

Ei

Hei,

Teen opinnäytetyönä liiketoimintasuunnitelman autopesulalle ja selvitän tätä varten auton käsinpesun kysyntää Lahdessa. Toivon, että ehtisit käyttää pari minuuttia vastataksesi lyhyeen kyselyyn autonpesuun liittyen. Kysely on laadittu Webropol-työkalulla ja on täysin anonyymi. Vastata voi 20. kesäkuuta 2024 asti.

Tässä QR-koodi kyselyyn:



(Voit lukea QR-koodin puhelimellasi. Avaa puhelimesi kamera ja kohdistista se yllä olevaan QR-koodiin. Napauta kameraan näkyviin tulevaa osoitetta ja pääset vastaamaan kyselyyn.)

Tässä linkki kyselyyn: <https://shorturl.at/bdEYQ>

Kiitos vastauksistasi! Hyvää kesää!

Ystävällisin terveisin

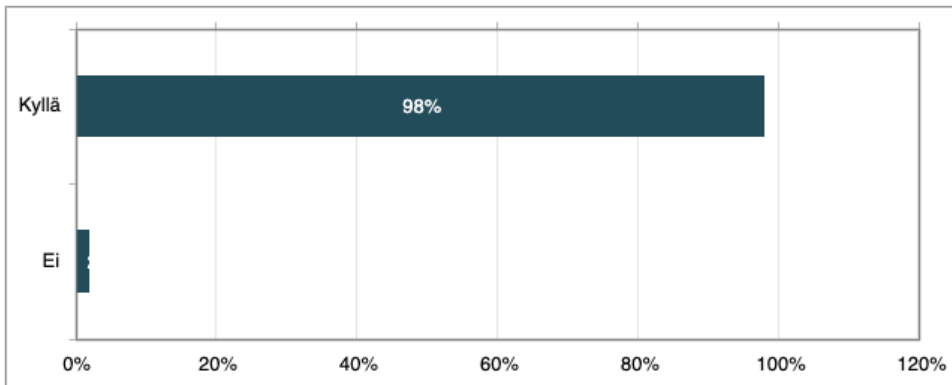
Martti Kähkönen

0400 165 031

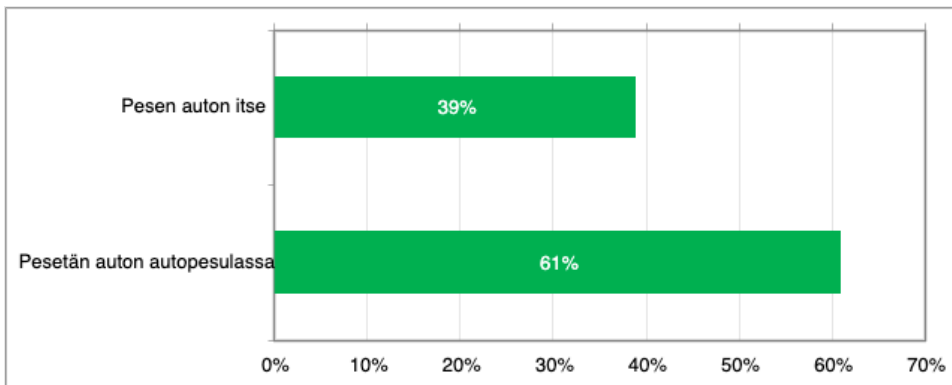
martti.kahkonen@centria.fi

Kiekkostenkuja 17, Lahti

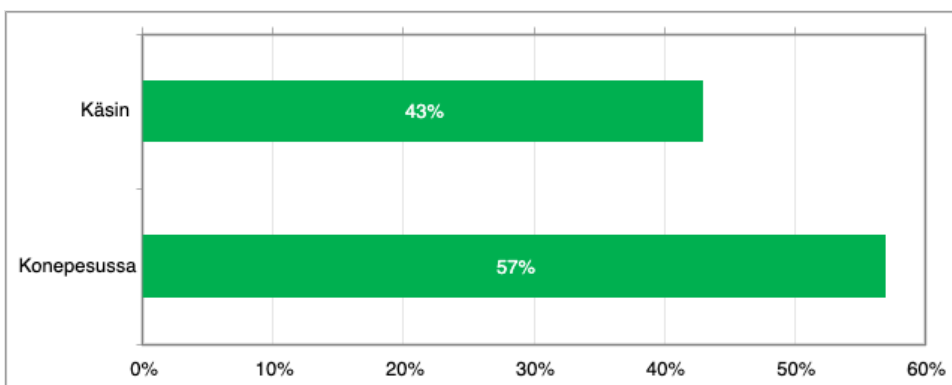
1. Onko taloudessasi auto käytössä?



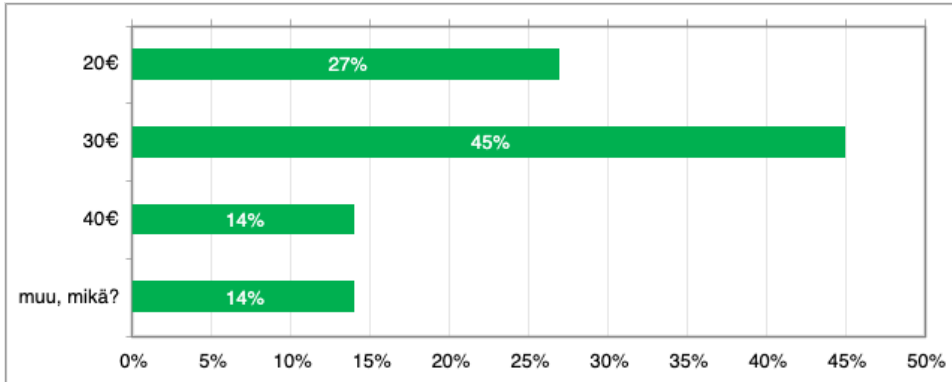
2. Pesetkö auton itse vai pesetätkö sen autopesulassa?



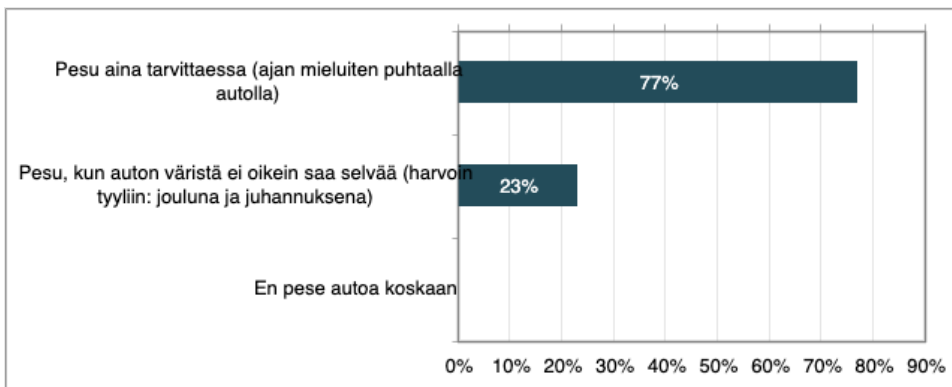
3. Pestäänkö auto käsin vai konepesussa?



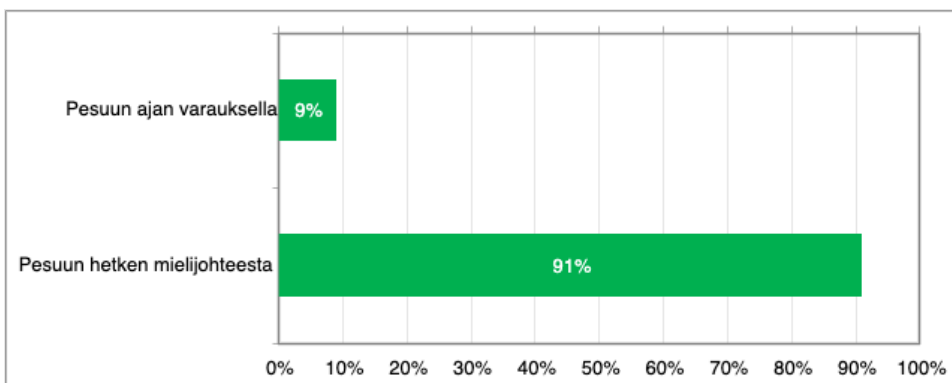
4. Mikä on mielestäsi sopiva hinta auton käsinpesulle (sis. Oven pielten ja kynnysten pesun, kuivauksen ja kevyen sisäpuhdistuksen)?



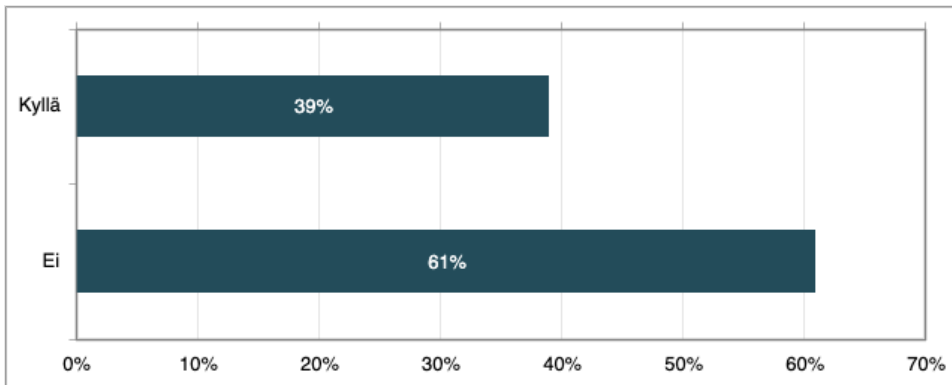
5. Pidätkö auton puhtaana?



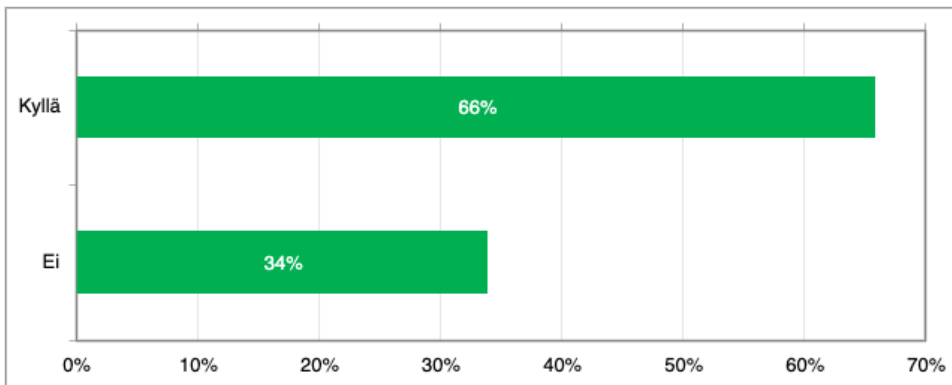
6. Asioinnin helppous



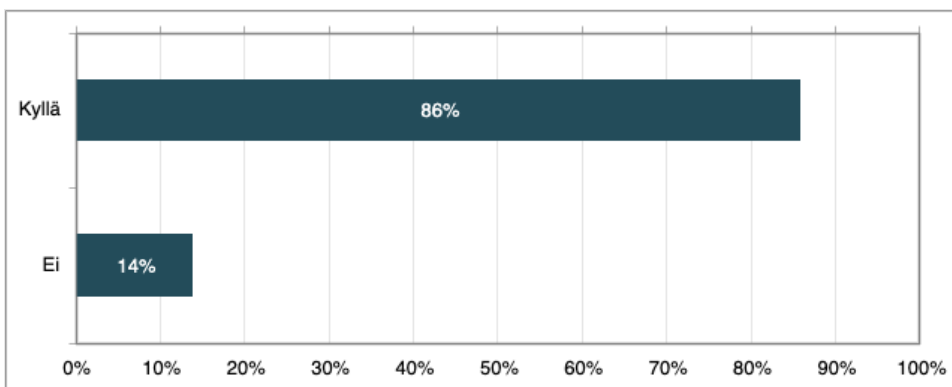
7. Voiko autopesula olla kauempanakin, jos työnjälki on erinomaista?



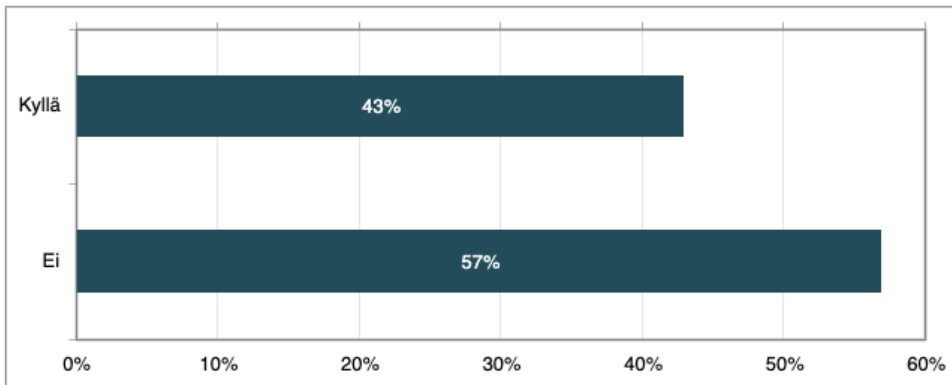
8. Pitääkö autopesulan olla lähellä kotia?



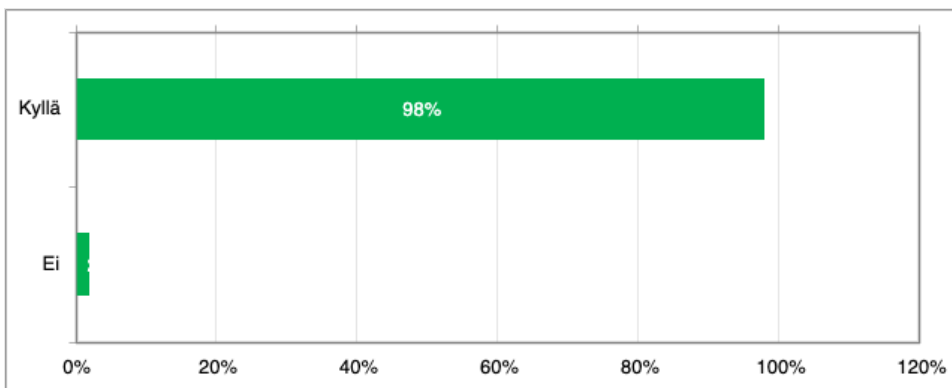
9. Auton puhtaanapidon helppous ja maalipinnan suojaaminen: oletko valmis maksamaan auton maalipinnan vahauksesta?



10. Pesetätkö autosi aina samassa paikassa?



11. Voisitko kuvitella keskittäväsi pesut samaan paikkaan?



12. Tiedätkö, onko autossasi metalli- vai perusväri?

